



DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Albertus Ferry Rostya., Yoestini (2012), *Analisis pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Lampersari Semarang*, Dipenogoro Business Review, Vol. 1 No. 1.
- Cooper, Donald R, Pamela S. Schindler (2011), *Metode Riset Bisnis* (terjemahan), Edisi 9, Volume I, Jakarta : PT Media Global Edukasi.
- Covey, David W, Piercy, Nigel F (2013), *Strategic Marketing*, Edisi 10, Singapore: McGrawHill.
- Faizal, Nadia Rizqiyatul., et al (2013), *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran O-Mamamia Steak and Ice Cream Cabang Jati Semarang*, Dipenogoro Journal Of Social And Politic.
- Ginting, Marreta., Tarwiyah (2013), Skripsi : *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Kaki Lima JL. Sei Deli Medan*.
- Ghozal, Imam. (2011), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Semarang :Universitas Diponegoro.
- Hariri, Mahsa dan Vazifehdust., Hossein. (2011), “*How Does Brand Extension Affect Brand Image ?*”. Kuala Lumpur, Malaysia : Faculty of Management and Economics, Islamic Azad University, Vol. 1.
- Irawan, Handi. (2009), *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Jesisca., Tony Sitinjak (2012), *Pengaruh Brand Image, Brand Trust Terhadap Attitudinal Loyalty Burger King di Kawasan Kelapa Gading Jakarta Utara*, Jurnal Manajemen Kwik Kian Gie School of Business, November Vol. 2 No. 1.
- Kotler Philip (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 1, Jakarta : Erlangga.
- Kotler Philip, Gary Armstrong (2012), *Principles of Marketing*, Edisi 14, United States : Pearson.
- Kotler Philip, Kevin Lane Keller (2009), *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip, Kevin Lane Keller (2012), *Marketing Management*, Edisi 14, United States : Pearson Education Limited.
- Kresnawati, Agung., Ariani Putri (2012), Skripsi : *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Oli Federal di Wilayah Jakarta Timur*.
- Lelig, Felicia Juliani (2013), Skripsi : “*Analisis Pengaruh Brand Image Terhadap Customer Loyalty dengan Customer Satisfaction Sebagai Mediator pada The Dreamland Luxury Villas and Spa Bali*”.

© Hak Cipta Milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Megarita, Ferry Gusdyan., Tony Sitinjak (2014), *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Citra Merek dan Dampaknya Terhadap Perilaku Pembelian Produk Susu Ultra Milk di Jakarta Utara*, Jurnal Kwik Kian Gie School of Business, November Vol. 4 No. 1.

Shimp, Terence A (2010), *Advertising, Promotion, and Other Aspect of Intergrated Marketing Communications*, Edisi 8, South-Western Cengage Learning, USA.

Saidan Basrah., Samsul Arifin (2012), Skripsi : *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market*.

Sugiyono (2012), *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : Alfabeta.

<http://www.tripadvisor.co.id>

(diakses : 12 Oktober 2015)

<http://www.news.liputan6.com/read/578701/video-bisnis-kuliner-sushi-ala-indonesia-semakin-berkembang>

(diakses : 12 Oktober 2015)

Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.